

## РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/54-2016

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«21» ноября 2016 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «15» ноября 2016 года

Полный текст решения изготовлен: «21» ноября 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии ИП М., паспорт <...> ИП П., паспорт,

### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга средств массовой информации обнаружена реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, на странице 42 рекламного-информационного журнала для женщин «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 г. обнаружена реклама следующего содержания: «Салон красоты «Фан-Фан» Все виды парикмахерских услуг Маникюрный кабинет Косметология Нарастивание ресниц Депиляция Макияж и окрас бровей NEW Микроблейдинг бровей Подчеркнуть Вашу естественную красоту – это наша задача! Фан-Фан ул. Петрова, 21 тел. 21-14-75 <https://vk.com/beautyfanfan> [www.salon-fanfan.ru](http://www.salon-fanfan.ru)», содержащая признаки нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

По результатам мониторинга антимонопольным органом возбуждено дело №03-

21/54-2016 по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии ИП П. пояснила, что ей поступило предложение о размещении рекламы салона красоты «Фан-Фан» в журнале «Женский клуб Марий Эл». По телефону предпринимателем была представлена информация об услугах, оказываемых салоном (парикмахерские, косметологические и другие). Макет рассматриваемой рекламы был согласован в ходе электронной переписки. ИП П. в первую очередь оценила оформление и достоверность контактных данных, но не обратила внимание на перечень рекламируемых услуг. В салоне красоты «Фан-Фан» оказываются услуги по депиляции бровей, иные услуги депиляции не оказываются.

При рассмотрении дела ИП М. пояснила, что макет рекламы был согласован сторонами. Реклама была размещена. Предприниматель признала факт нарушения законодательства о рекламе при распространении рекламы медицинских услуг.

Рассмотрев материалы дела №03-21/54-2016 о нарушении законодательства о рекламе и выслушав позицию лиц, участвующих в деле, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (статья 3 Закона о рекламе).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая информация о салоне красоты «Фан-Фан» является рекламой, поскольку она распространена в информационном издании и направлена на привлечение внимания как к салону красоты «Фан-Фан», так и к услугам, которые предлагаются потребителям: парикмахерские услуги, наращивание ресниц, депиляция, макияж и окрас бровей, ресниц, микроблейдинг бровей, а также косметология и маникюрный кабинет.

Таким образом, спорная реклама способствует формированию и поддержанию интереса к услугам салона красоты, продвижению их на рынке.

Одной из целей Закона о рекламе является предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 7 части 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение [лицензий](#) или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

В спорной рекламе одним из объектов рекламирования является услуга депиляции, которая согласно [Номенклатуре](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития от 27.12.2011 №1664н (далее – Номенклатура), относится к числу простых медицинских услуг (А14.01.012), оказание которых возможно только при наличии соответствующей лицензии.

[Пункт 10 статьи 2](#) Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» раскрывает содержание понятия «медицинская услуга» - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Из письма Министерства здравоохранения Республики Марий Эл от 06.10.2016 исх. №6437 следует, что ИП П. лицензию на осуществление медицинской деятельности не получала.

Таким образом, спорная реклама нарушает требования пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

Кроме того, Законом о рекламе закреплены специальные требования к рекламе медицинских услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов, [медицинских услуг](#), в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой другими способами предупредительная надпись должна занимать не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Указанные требования не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Спорная реклама размещена в журнале «Женский клуб Марий Эл», который не

относится к числу специализированных печатных изданий, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников, а рекламируемые медицинские услуги направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц потребителей, поскольку читателями указанной газеты являются жители Республики Марий Эл.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой медицинских услуг и должна содержать предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Соответственно спорная реклама является ненадлежащей, поскольку нарушает также требования части 7 статьи 24 Закона о рекламе ввиду отсутствия предупредительной надписи.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Между ИП М. и ИП П. заключен договор от 30.08.2016 на оказание рекламно-информационных услуг.

В соответствии с пунктом 1.1. указанного договора ИП М. обязуется разместить рекламно-информационные материалы ИП П. в ежемесячном бесплатном рекламно-информационном журнале «Женский клуб Марий Эл», а ИП П. обязуется оплатить ИП М. услуги по размещению материала.

Во исполнение договора от 30.08.2016 на оказание рекламно-информационных услуг ИП П. предоставляет рекламно-информационные материалы для размещения их в издании с соблюдением всех требований действующего законодательства Российской Федерации. ИП П. гарантирует и несет ответственность за достоверность сведений, содержащихся в материалах (пункт 2.1. договора от 30.08.2016).

Пунктами 3.1., 3.2., 3.3. договора от 30.08.2016 на оказание рекламно-информационных услуг установлены обязанности ИП М., в соответствии с которыми предприниматель обязуется разместить рекламно-информационные материалы в сроки и объеме, согласованные с ИП П., представить на утверждение ИП П. оригинал-макет рекламно-информационных материалов до начала тиражирования.

Об исполнении указанного договора свидетельствуют представленные в материалы дела платежные документы: платежное поручение от 26.09.2016 №2896495, акт от 12.09.2016 №00000080, квитанция от 05.09.2016 к приходному кассовому ордеру №30, квитанция от 05.09.2016 №000066.

В материалы дела представлена электронная переписка, касающаяся согласования макета спорной рекламы, из которой следует, что сторонами был

согласован оригинал-макет в той форме, в которой он был доведен до потребителей.

Из представленных сведений и документов следует, что рекламодателем рассматриваемого рекламного материала является ИП П., рекламораспространителем – ИП М.

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Рекламодателем указанной рекламы является ИП П., рекламораспространителем – ИП М.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, учитывая отсутствие сведений устранения факта нарушения законодательства о рекламе, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП М., ИП П.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в журнале «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 года на странице 42 следующего содержания: «Салон красоты «Фан-Фан» Все виды парикмахерских услуг Маникюрный кабинет Косметология Нарощивание ресниц Депиляция Макияж и окрас бровей NEW Микроблейдинг бровей Подчеркнуть Вашу естественную красоту – это наша задача! Фан-Фан ул. Петрова, 21 тел. 21-14-75 <https://vk.com/beautyfanfan> [www.salon-fanfan.ru](http://www.salon-fanfan.ru), поскольку она нарушает требования пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать индивидуальному предпринимателю М., индивидуальному предпринимателю П. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**  
**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**  
**ПО ДЕЛУ № 03-21/54-2016**

«21» ноября 2016 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «21» ноября 2016 года по делу № 03-21/54-2016 о признании ненадлежащей рекламы «Салона красоты Фан-Фан», распространённой на странице 42 журнала «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 г., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Индивидуальному предпринимателю М. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы медицинской услуги без лицензии на осуществление медицинской деятельности и без указания предупреждения о наличии противопоказаний, необходимости ознакомления с инструкцией или получения консультации специалистов.
2. Индивидуальному предпринимателю М. представить в Управление

Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

*Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

